

STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL KASIH NAIKOTEN 1 KECAMATAN KOTA RAJA KOTA KUPANG

Sonya Lisabel Malelak^{1&3)} Tomycho Olviana²⁾ Selfius P. N. Nainiti²⁾

¹⁾Mahasiswa Minat Manajemen Agribisnis, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Undana

²⁾Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Undana

³⁾Korespondensi melalui e-mail: sonyamalelak@gmail.com

ABSTRACT

Traditional markets are places where sellers and buyers meet. The times have made traditional markets become less competitive. One of the traditional markets in the city of Kupang, namely Kasih traditional Market . To make Kasih's traditional market is not to be less competitive, it is necessary to develop it Kasih's traditional market. This study aims to: (1) Know the internal factors and external factors that influence the existence of traditional markets Kasih. (2) Knowing alternative strategies for developing Traditional Markets. (3) Knowing Priorities in the development of Kasih traditional markets. The location of the study was determined by purposive sampling. Determination of respondents was determined by purposive sampling as many as 35 people. Analysis of the data used is the SWOT Analysis and AHP (Analytic Hierarchy Process). Research results show that internal factors and external factors that influence Kasih's traditional markets, namely internal factors consist of strengths, namely strategic location, familiarity between the seller and buyer, commodity variation, bargaining culture, and hospitality of market employees, and weaknesses, from facilities and infrastructure. cleanliness and safety, and the quality of products sold. Meanwhile, external factors consist of opportunities is shopping habits with bargaining systems, population growth, community livelihoods, and lifestyle changes, and threats faced by the Kasih's market, namely the emergence of modern markets, the presence of competitors, and the stability of modern market prices. The alternative market strategy for the development of Kasih is to improve facilities and maintain a bargaining system, increase promotion using technology, improve cooperation between managers and traders, and provide information to traders. Priority in the Kasih's traditional market development strategy is to improve facilities and maintain a bargaining system.

Keywords: Development Strategy, Traditional Market, SWOT, AHP

ABSTRAK

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Perkembangan zaman membuat pasar tradisional menjadi kalah bersaing. Salah satu pasar tradisional di kota Kupang yaitu Pasar Tradisional Kasih. Untuk membuat pasar tradisional Kasih tidak kalah bersaing, perlu adanya melakukan pengembangan terhadap pasar tradisional Kasih. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap keberadaan Pasar Tradisional Kasih. (2) Mengetahui alternatif strategi pengembangan Pasar Tradisional. (3) Mengetahui Prioritas dalam pengembangan Pasar Tradisional Kasih. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive sampling*. Penentuan responden ditentukan secara *purposive sampling* yaitu sebanyak 35 orang. Analisis data yang digunakan yaitu Analisis SWOT dan AHP (*Analytic Hierarchy Process*). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Faktor internal dan factor external yang berpengaruh pada passer tradisional Kasih yaitu faktor internal terdiri dari kekuatan yaitu lokasi strategis, keakraban penjual dan pembeli, variasi komoditi, budaya tawar menawar, dan keramahan pegawai pasar, dan kelemahan yaitu dari sarana dan prasarana, kebersihan dan keamanan, dan kualitas produk yang dijual. Sedangkan, Faktor eksternal terdiri dari peluang yaitu kebiasaan berbelanja dengan sistem tawar menawar, pertumbuhan jumlah penduduk , mata pencaharian masyarakat, dan perubahan gaya hidup, dan ancaman yang dihadapi pasar kasih yaitu munculnya pasar modern, adanya pesaing, dan kestabilan harga pasar modern. Alternatif strategi pengembangan pasar Kasih yaitu meningkatkan fasilitas dan mempertahankan sistem tawar menawar, meningkatkan promosi menggunakan teknologi, meningkatkan kerja sama antara pengelola dan

pedagang, dan memberikan sosialisasi kepada pedagang. Prioritas dalam strategi pengembangan pasar tradisional Kasih yaitu meningkatkan fasilitas dan mempertahankan sistem tawar-menawar.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Pasar Tradisional, SWOT, AHP

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, di tempat tersebut terjadinya transaksi, kesepakatan dan tawar-menawar. Pasar tradisional adalah bentuk paling awal dari pasar yang terdiri dari stan atau kios yang berada di ruang terbuka dan pada umumnya terletak di sepanjang jalan utama dekat pemukiman penduduk. Sejak dahulu para pedagang dan petani sudah banyak melakukan pertukaran hasil pertanian mereka di tempat seperti ini (Gallion, 1986).

Pasar Tradisional menurut Perpres Nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, BUMN dan BUMD termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli dagangan melalui tawar-menawar. Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas) (Sinaga, 2006). Pasar modern yaitu mall, supermarket, departement store, shopping centre, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada, dan sebagainya (Sinaga, 2006). Kelemahan pasar tradisional adalah kesan bahwa pasar terlihat becek, kotor, bau, terlalu padat lalu lintas pembelinya dan ditambah lagi ancaman

bahwa keadaan sosial masyarakat yang berubah, dimana wanita perkotaan umumnya berkarir sehingga hampir tidak memiliki waktu untuk berbelanja ke pasar tradisional (Esther dan Didik, 2003).

Seiring berkembangnya zaman, pasar tradisional di wilayah Nusa Tenggara Timur mulai kalah bersaing dengan pasar modern. Kemunculan Transmart, Hypermart dan pasar modern lainnya di Kota Kupang membuat masyarakat lebih memilih berbelanja di pasar modern. Jumlah pasar tradisional di Nusa Tenggara Timur sebanyak 518 buah pasar (Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Timur, 2017). Kota Kupang merupakan daerah ibukota Provinsi Nusa Tenggara Timur, dan merupakan pusat adanya pasar modern maupun pasar tradisional. Di Kota Kupang terdapat 5 pasar tradisional yang terdaftar pada Perusahaan Daerah Pasar Kota Kupang, yaitu Pasar Tradisional Oeba, Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1, Pasar Tradisional Oebobo, Pasar Tradisional Kuanino, Pasar Tradisional Penfui.

Permasalahan yang dihadapi Pasar Tradisional Kasih yaitu lokasi pasar kotor, jika hujan air akan tergenang dan becek, pedagang tidak tertata dengan baik, kualitas dari produk yang dijual tidak terjamin karena ada yang rusak dan tidak higienis, sarana-prasarana yang tidak mendukung dan itu semua membuat konsumen menjadi tidak nyaman. Peneliti ingin melakukan penelitian di Pasar Tradisional Kasih karena pasar Kasih merupakan pasar terbesar dan pasar yang mempunyai pedagang terbanyak. Selain itu Dinas Perdagangan mengatakan bahwa pasar Kasih akan dijadikan pasar induk sehingga peneliti ingin melakukan penelitian untuk mengembangkan pasar Kasih. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT sebagai alat analisis untuk

mengetahui faktor internal dan faktor eksternal Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1 dan menggunakan *Analytic Hierarchy Process (AHP)* sebagai metode pengambilan keputusan, dimana dapat mengetahui prioritas strategi untuk mengembangkan Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis ingin mengangkat sebuah tulisan dengan judul “Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kasih Kelurahan Naikoten 1 Kecamatan Kota Raja Kota Kupang”.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Tradisional Kasih yang berlokasi di Kelurahan Naikoten 1 Kecamatan Kota Raja. Waktu Penelitian : Dilaksanakan pada bulan Oktober 2018.

Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel dilakukan secara bertahap.

Tahap 1. Penentuan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu Pasar Tradisional Kasih Kelurahan Naikoten 1 Kecamatan Kota Raja Kota Kupang dengan pertimbangan bahwa Pasar Tradisional Kasih sudah seharusnya dilakukan pengembangan ke arah yang lebih memadai. Hal ini disebabkan karena beberapa hal yang perlu mendapat perhatian segera, yakni: sarana-prasarana, jumlah pedagang yang banyak melampaui kapasitas tampung, keadaan kotor dimana sampah berserakan dan becek/berlumpur pada musim hujan.

Tahap 2. Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*), yakni menggunakan/mengambil informan dari unsur pedagang dan pembeli/konsumen, dari unsur pengelola pasar dan dari unsur pembuat kebijakan atau keputusan terkait pengelolaan pasar, yakni pemerintah kelurahan, kecamatan, walikota,

dan instansi terkait, seperti Dinas Perdagangan Kota Kupang dan lain-lain.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari responden yang secara langsung diwawancarai berpedoman pada kuisioner yang telah disiapkan. Selain wawancara, juga dilakukan observasi/pengamatan, sedangkan data sekunder berupa dokumen dan informasi yang diperoleh dari dinas/instansi terkait dengan penelitian ini.

Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan beberapa cara, yaitu observasi (pengamatan), wawancara, pengisian kuisioner dan studi dokumentasi.

1. Metode Analisis Data

Alat analisis data yang digunakan yaitu Analisis SWOT dan *Analytic Hierarchy Process (AHP)*. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang terkait dengan Pasar Kasih dan *Analytic Hierarchy Process (AHP)* digunakan untuk mengetahui prioritas strategi pengembangan Pasar Tradisional Kasih.

2. Penentuan Responden

Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) menggunakan *Key Informan*, seperti walikota, camat, lurah, pengelola pasar, pembeli, dan pihak-pihak terkait dengan pengelolaan dan pemanfaatan Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1 Kota Kupang.

Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pasar Tradisional Kasih

Faktor Internal dan faktor eksternal ditentukan menggunakan analisis SWOT. Faktor internal terdiri dari kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*) yang

dimiliki Pasar Tradisional Kasih dan Faktor eksternal terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang akan dihadapi Pasar Tradisional Kasih.

Faktor Internal Pasar Tradisional Kasih

1. Kekuatan (*Strenght*)
Pasar Tradisional kasih memiliki kekuatan yaitu :
 - 1) Lokasi Strategis
 - 2) Keakraban Penjual dan Pembeli
 - 3) Variasi Komoditi
 - 4) Budaya Tawar-Menawar
 - 5) Keramahan Pegawai Pasar
2. Kelemahan (*Weakness*)
Pasar Tradisional Kasih memiliki kelemahan yaitu :
 1. Sarana Prasarana
 2. Kebersihan dan Keamanan
 3. Kualitas Produk yang dijual

Faktor Eksternal Pasar Tradisional Kasih

1. Peluang (*Opportunity*)
Peluang adalah sebuah terapan yang terdiri dari kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan melihat kesempatan yang dihadapi setiap hari (Thomas W. Zimmerer, 2008). Peluang pasar Kasih terdiri kebiasaan berbelanja dengan sistem tawar menawar, pertumbuhan jumlah penduduk, mata pencaharian masyarakat, dan perubahan gaya hidup.

Peluang yang akan dihadapi Pasar Kasih:

- 1) Kebiasaan berbelanja dengan sistem tawar menawar
 - 2) Pertumbuhan jumlah penduduk Kota Kupang
 - 3) Mata Pencaharian Masyarakat
 - 4) Perubahan Gaya Hidup
2. Ancaman (*Threat*)
Ancaman adalah sesuatu yang diancamkan (KBBI). Ancaman yang akan dihadapi pasar Kasih terdiri dari munculnya pasar modern, adanya pesaing, dan kestabilan harga pasar modern. Ancaman yang akan dihadapi pasar Kasih sebagai berikut:
 - 1) Munculnya pasar modern
 - 2) Adanya pesaing
 - 3) Kestabilan Harga Pasar Modern

Perhitungan Nilai Bobot dan Rating Matriks IFAS dan EFAS

Dari Matriks IFAS, Pasar Kasih memiliki skor total sebesar 3,028 ini menunjukkan bahwa pasar Kasih mampu mengantisipasi kelemahan internal dan mempunyai kekuatan yang baik. Jika skor total berada di atas 2,5 berarti organisasi atau perusahaan tersebut mempunyai posisi internal yang kuat sedangkan jika skor total di bawah 2,5 berarti organisasi atau perusahaan tersebut tidak mempunyai posisi internal yang kuat (David, 2006)

Tabel 1 Matriks Evaluasi Faktor Internal Pasar Kasih

No.	Kekuatan	Jumlah	Rating	Bobot	Bobot x Rating
1.	Lokasi Strategis	138	4	0,137	0,541
2.	Keakraban Penjual dan Pembeli	128	4	0,127	0,465
3.	Variasi Komoditi	120	3	0,119	0,409
4.	Budaya Tawar Menawar	133	4	0,132	0,502
5.	Keramahan Pegawai Passer	117	3	0,116	0,389
No	Kelemahan				
1.	Sarana dan Prasarana	135	4	0,134	0,518
2.	Kebersihan dan Keamanan	125	4	0,124	0,444
3.	Kualitas Produk yang Dijual	110	3	0,109	0,344
	Jumlah	1006		1,00	3,611

Sumber: Diolah dari Data Primer,(2018)

Faktor kekuatan utama pasar Kasih yaitu mempunyai lokasi strategis, ini ditunjukkan dengan bobot sebesar 0,137. Faktor kekuatan kedua pasar Kasih yaitu budaya tawar menawar, ditunjukkan dengan bobot 0,132. Faktor kekuatan ketiga, keempat dan kelima yaitu keakraban penjual dan pembeli, variasi komoditi, keramahan pegawai pasar,

ini ditunjukkan dengan bobot 0,127, 0,119 dan 0,116. Faktor kelemahan utama pasar Kasih yaitu sarana dan prasarana yang tidak memadai, dengan bobot 0,134. Faktor kelemahan kedua dan ketiga pasar Kasih yaitu kebersihan dan keamanan dan kualitas produk yang dijual, dengan bobot 0,124 dan 0,109.

Tabel 2 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Pasar Kasih

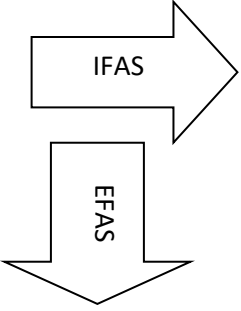
No.	Peluang	Jumlah	Rating	Bobot	Bobot x Rating
1.	Kebiasaan Berbelanja dengan Sistem Tawar Menawar	129	4	0,369	1,358
2.	Pertumbuhan Jumlah Penduduk	126	4	0,360	1,296
3.	Mata Pencarian Masyarakat	104	3	0,297	0,883
4.	Perubahan Gaya Hidup	102	3	0,291	0,849
No	Ancaman				
1.	Munculnya Pasar Modern	127	4	0,363	1,317
2.	Adanya Pesaing	120	3	0,343	1,176
3.	Kestabilan Harga Pasar Modern	103	3	0,294	0,866
	Jumlah	350		1,000	3,358

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2018

Dilihat dari tabel 2 dapat dijelaskan bahwa faktor peluang paling kuat adalah kebiasaan berbelanja tawar-menawar, dengan bobot sebesar 0,369. Kebiasaan tawar-menawar akan menjadi kepuasan tersendiri bagi konsumen sehingga ini dapat menjadi peluang besar bagi pasar Kasih. Faktor peluang kedua yaitu pertumbuhan jumlah penduduk, dengan bobot sebesar 0,360. Setiap hari penduduk selalu bertambah. Jika penduduk semakin bertambah maka kebutuhan akan semakin meningkat. Ini akan menjadi peluang yang baik bagi pasar Kasih. Faktor peluang ketiga dan keempat yaitu mata pencarian masyarakat dan perubahan gaya hidup, dengan bobot sebesar 0,297 dan 0,291.

Faktor ancaman terbesar yaitu munculnya pasar modern, dengan bobot sebesar 0,363. Pasar modern menjadi

ancaman terbesar pasar Kasih karena pasar modern menawarkan tempat berbelanja yang nyaman sehingga ini sangat menarik konsumen. Faktor ancaman kedua yaitu adanya pesaing dan kestabilan harga pasar modern dengan bobot sebesar 0,343 dan 0,294. Masyarakat sekarang ingin yang praktis dan tidak repot. Dengan adanya pedagang yang berjualan memakai kendaraan dan mengelilingi rumah-rumah maka para konsumen tdaik perlu lagi ke pasar untuk berbelanja. Ini menjadi ancaman yang cukup besar bagi pasar Kasih. Selain itu, harga produk dari pasar Kasih tidak stabil apalagi pada saat hari raya harga dari produk-produk pasar Kasih naik. Pasar modern mempunyai harga yang stabil sehingga ini juga menjadi ancaman bagi pasar Kasih.

	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
	1. Lokasi Strategis 2. Keakraban penjual dan pembeli 3. Variasi komoditi 4. Budaya tawar menawar 5. Keramahan pegawai pasar	1. Sarana dan prasarana 2. Kebersihan dan keamanan 3. Kualitas produk yang dijual
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategi "SO"	Strategi "WO"
1. Kebiasaan berbelanja dengan sistem tawar menawar 2. Pertumbuhan Jumlah Penduduk 3. Mata pencaharian masyarakat 4. Perubahan gaya hidup	$S1+S3+S4+O1+O2+O3+O4$ Meningkatkan fasilitas dan mempertahankan sistem tawar-menawar	$W1+W2+W3+O1+O3+O2+O3+O4$ Kemitraan antara pengelola dan pedagang
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi "ST"	Strategi "WT"
1. Munculnya pasar modern 2. Adanya pesaing 3. Kestabilan harga pasar modern	$S1+S2+S3+S4+T1+T2+T3$ Meningkatkan promosi menggunakan Teknologi	$W1+W2+W3+T1+T2+T3$ Memberikan penyuluhan kepada pedagang

Gambar 1 Matriks SWOT

Dari hasil analisis matriks SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi pengembangan pasar Kasih yaitu:

1. Strategi SO yaitu meningkatkan fasilitas pasar dan mempertahankan sistem tawar-menawar karena ini akan mempertahankan dan menarik konsumen untuk berbelanja di pasar Kasih lebih banyak lagi.
2. Strategi ST yaitu meningkatkan promosi menggunakan teknologi. Promosi ditingkatkan menggunakan teknologi yang ada seperti menyebarkan pamflet, memasang iklan, menggunakan media sosial, dan lainnya untuk menarik konsumen berbelanja ke pasar Kasih.
3. Strategi WO yaitu kemitraan antara pengelola dan pedagang. Ini berguna untuk menjaga, merawat pasar Kasih menjadi lebih baik lagi sehingga dapat menarik konsumen untuk berbelanja di pasar Kasih.
4. Strategi WT yaitu memberikan penyuluhan kepada para pedagang. Memberikan penyuluhan mengenai

menjaga kebersihan lingkungan pasar, menaati peraturan-peraturan yang ada di pasar, bagaimana cara menarik konsumen untuk membeli produk, bagaimana menjaga kebersihan produk yang dijual, bagaimana melayani konsumen dengan baik dan lainnya.

Menentukan Skor dan Prioritas Alternatif Strategi Pengembangan Pasar Kasih Menggunakan AHP (*Analytic Hierarchy Process*)

Tabel 3 Skor dan Prioritas Alternatif Strategi Pengembangan Pasar Kasih

No.	Alternatif Strategi	Skor	Peringkat Prioritas
1.	Meningkatkan fasilitas dan mempertahankan sistem tawar menawar	0.56 2	1
2.	Meningkatkan promosi menggunakan teknologi	0.06 0	4
3.	Kemitraan antara pengelola dan pedagang	0.14 9	3
4.	Memberikan penyuluhan kepada pedagang	0.22 9	2

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2018

Prioritas Pertama: Meningkatkan Fasilitas dan Mempertahankan Sistem Tawar Menawar

Fasilitas merupakan sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi dan kemudahan (KBBI). Tawar menawar adalah suatu jenis negosiasi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli untuk menentukan harga suatu barang. Hal ini biasanya dilakukan di pasar tradisional (Wikipedia). Pasar Kasih memiliki fasilitas yang cukup lengkap. Tetapi fasilitas tersebut tidak digunakan secara baik oleh para pedagang. Lahan parkir dijadikan sebagai tempat berjualan dan bangunan induk lantai 2 pasar Kasih tidak dimanfaatkan oleh pedagang. Hal ini yang menjadi pertimbangan bagi para pengelola untuk lebih meningkatkan fasilitas. Meningkatkan fasilitas pasar Kasih dalam arti menambah lapak atau kios-kios untuk pedagang sehingga pedagang tidak berjualan di area lahan parkir dan di luar area pasar. Fasilitas seperti jalan yang berada di pasar Kasih diperbaiki, lahan parkir diperluas, permintaan air dan instalasi listrik dilayani, sistem drainase di bersihkan agar air mengalir dengan baik sehingga tidak terjadinya air tergenang atau becek di dalam pasar, dan penataan pasar dilakukan secara baik agar lahan parkir tidak dijadikan sebagai tempat berjualan. Selain itu, sistem tawar-menawar merupakan kekuatan yang perlu dipertahankan dalam pasar Kasih karena sistem tawar-menawar yang menarik konsumen untuk tetap berbelanja di pasar Kasih. Munculnya pasar modern menawarkan tempat berbelanja yang mempunyai fasilitas lengkap, bersih dan nyaman membuat konsumen tertarik untuk berbelanja di pasar modern. Tetapi sistem tawar menawar tidak berlaku di pasar modern. Oleh karena itu, untuk menarik konsumen berbelanja di pasar Kasih harus meningkatkan fasilitas dan mempertahankan sistem tawar-menawar pada pasar Kasih.

Prioritas Kedua: Meningkatkan Promosi Menggunakan Teknologi

Promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran. Strategi pemasaran menurut Kotler (2002) yaitu *product, price, place, promotion*. Promosi merupakan hal yang sangat penting. Promosi sangat diperlukan agar para konsumen yang belum mengetahui tentang pasar Kasih bisa tahu tentang pasar Kasih. Seiring berkembangnya zaman, promosi yang dilakukan juga harus menggunakan teknologi yang ada sehingga dapat menarik konsumen, seperti menyebarkan pamflet pada masyarakat, membuat iklan tentang pasar Kasih dan lain-lain. Hal ini sangat diperlukan karena mengingat munculnya pasar modern sehingga pasar Kasih harus meningkatkan promosi.

Prioritas Ketiga: Kemitraan Antara Pengelola dan Pedagang

Keputusan Menteri Pertanian Nomor 940 Tahun 1997, menyebutkan bahwa kemitraan adalah kerjasama usaha antara perusahaan mitra dengan kelompok mitra dibidang usaha pertanian. Keputusan Menteri Pertanian Nomor 944 Tahun 1997 juga menyebutkan bahwa kemitraan usaha merupakan upaya untuk membudidayakan kelompok mitra dalam pembangunan pertanian yang berorientasi agribisnis, bahwa untuk lebih meningkatkan kemitraan usaha perlu dinilai tingkat hubungan kemitraan usaha, sehingga dapat diketahui masalah dan peluang pengembangannya.

Kemitraan antara pengelola dan pedagang harus tetap terjaga untuk menjaga kebersihan lingkungan pasar, menjaga fasilitas pasar yang tersedia, penataan pasar agar terlihat baik dan menarik. Selain itu para pengelola juga harus selalu memberi tahu dengan para pedagang tentang peraturan-peraturan yang berlaku pada pasar Kasih agar para pedagang dapat mengetahuinya dan menaatinya. Dalam menagih biaya yang dibebankan pada

pedagang, para pengelola juga harus menjaga etika, sopan santun dan saling menghargai antara pedagang dan pengelola. Dengan terjaganya kemitraan antara pedagang dan pengelola maka pasar kasih akan lebih berkembang dan maju kedepannya.

Prioritas Keempat : Memberikan Penyuluhan Kepada Pedagang

Penyuluhan sebagai proses komunikasi pembangunan, penyuluhan tidak sekadar upaya untuk menyampaikan pesan-pesan pembangunan, tetapi yang lebih penting dari itu adalah untuk menumbuhkan kembangkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan (Mardikanto, 1987). Memberikan penyuluhan kepada pedagang dengan bekerja sama dengan pemerintah, seperti dengan Dinas Kebersihan, Dinas Kesehatan, BPOM dan lainnya.

Kebersihan produk yang dijual dan lingkungan pasar sangat diperlukan. Oleh karena itu, perlu bekerja sama dengan Dinas Kebersihan dan Dinas Kesehatan agar dapat memberikan penyuluhan kepada pedagang tentang pentingnya kebersihan lingkungan dan kebersihan produk yang dijual. Produk-produk yang dijual di pasar Kasih di taruh langsung di jalan-jalan dan ditaruh pada lapak-lapak yang tidak bersih sehingga ini yang membuat produk menjadi tidak bersih. Jika produk tidak bersih maka konsumen tidak akan tertarik untuk membeli dan produk yang dijual akan mudah rusak. Selain itu, lingkungan di pasar Kasih sangat kotor sampah berserakan dimana-mana, sehingga perlu adanya penyuluhan dari Dinas Kebersihan agar para pedagang menjaga kebersihan lingkungan pasar.

Di pasar Kasih makanan-makanan instan atau bumbu-bumbu instan banyak diperjualbelikan. Makanan-makanan instan atau bumbu-bumbu instan banyak yang memakai pengawet-pengawet. Sehingga diperlukan penyuluhan dari BPOM agar pedagang bisa bahaya bahan-bahan kimia

atau pengawet yang terkandung pada bumbu-bumbu instan yang dijual.

Penataan produk sangat diperlukan karena dapat menarik konsumen untuk membeli. Oleh karena itu, sangat diperlukan penyuluhan dari para pengelola agar pedagang menjual produk dagangannya pada tempat yang telah disediakan dan bagaimana menata produk agar menarik konsumen dan memilah produk-produk yang sudah mulai rusak. Selain itu, para pengelola juga memberikan penyuluhan bagaimana memberikan pelayanan pedagang dengan baik kepada konsumen juga. Pelayanan pedagang dengan baik, seperti dimulai dengan memberikan senyuman kepada konsumen dan mengucapkan terima kasih kepada konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh pada pasar tradisional Kasih, kelurahan Naikoten 1, Kecamatan Kota Raja, Kota Kupang yaitu faktor internal terdiri dari kekuatan yaitu lokasi strategis, keakraban penjual dan pembeli, variasi komoditi, budaya tawar menawar, dan keramahan pegawai pasar, dan kelemahan yaitu dari sarana dan prasarana, kebersihan dan keamanan, dan kualitas produk yang dijual. Sedangkan, Faktor eksternal terdiri dari peluang yaitu kebiasaan berbelanja dengan sistem tawar menawar, pertumbuhan jumlah penduduk, mata pencaharian masyarakat, dan perubahan gaya hidup, dan ancaman yang dihadapi pasar kasih yaitu munculnya pasar modern, adanya pesaing, dan kestabilan harga pasar modern.

2. Alternatif strategi pengembangan pasar Kasih yaitu meningkatkan fasilitas dan mempertahankan sistem tawar-menawar, meningkatkan promosi menggunakan teknologi, meningkatkan kerja sama antara pengelola dan pedagang, dan memberikan sosialisasi kepada pedagang.
3. Prioritas dalam strategi pengembangan Pasar Tradisional Kasih, Kelurahan Naikoten 1 Kecamatan Kota Raja Kota Kupang yaitu meningkatkan fasilitas dan mempertahankan sistem tawar-menawar. Fasilitas atau sarana prasarana di di pasar Kasih harus dikembangkan dan diperbaiki lagi agar dapat menunjang pengembangan pasar Kasih ke depannya dan dapat menarik konsumen untuk berbelanja di pasar Kasih. Selain itu, sistem tawar-menawar harus dipertahankan karena sistem tawar-menawar adalah kekuatan utama dalam pasar Kasih untuk menarik konsumen.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan diatas, maka dapat disarankan hal-hal berikut :

1. Pihak pengelola pasar Kasih kiranya dapat menerapkan strategi sesuai dengan prioritas yaitu alternatif strategi yang menjadi prioritas utama yaitu memberikan sosialisasi kepada pedagang, prioritas kedua yaitu meningkatkan fasilitas dan mempertahankan sistem tawar-menawar, prioritas ketiga yaitu meningkatkan promosi menggunakan teknologi, dan prioritas keempat yaitu meningkatkan kerja sama antara pengelola dan pedagang.
2. Pihak pengelola agar selalu memperhatikan dan menjaga kemitraan pedagang dalam pengembangan Pasar Kasih ke depannya.

3. Pemerintah Kota Kupang agar lebih memperhatikan pasar-pasar tradisional terkhususnya Pasar Kasih agar pasar kasih mengalami pengembangan ke arah yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis Edisi Sepuluh*. Jakarta: Salemba Empat
- Gallion. 1986. *Pengertian Pasar Tradisional dan Pasar Modern*. [Online] tersedia <http://www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-pasar-tradisional-dan-pasar-modern/> [2 Juni 2018]
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Mardikanto, 1987. *Komunikasi Pembangunan*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Pariaman Sinaga. *Penelitian Dampak Keberadaan Pasar Modern (Supermarket dan Hypermarket) Terhadap Usaha Ritel Koperasi/Wasaerda dan Pasar Tradisional*, Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM. 2006.
- Perpres RI No.112. 2007. *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007*. [Online] tersedia <http://www.bphn.go.id/data/documents/07pr112.pdf> [2 Juni 2018]
- Suryadi. 2014. *Strategi Pengembangan Pasar Segar Depok*. Skripsi. [Online] tersedia <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/28796/1/SURYADI-FST.pdf> [2 Juni 2018]
- Zhimerer, Thomas. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta : Salemba Empat